

REIFEGRAD WEBAUFTRITT

	NEULING	FORTGESCHRITTENER	KÖNNER	EXPERTE
ZIELE & RESSOURCEN	Grundlegende quantitative und qualitative Ziele für die Nutzung der Website; begrenzte Ressourcen und Kompetenzen für die Pflege der Website; Verantwortung wird ad hoc übernommen, ohne langfristige Planung.	Die Website ist auf die Customer Journey ausgerichtet; Ressourcen für Content Management und ein dedizierter Webmaster sind bestimmt; erste Schritte zur Integration von Nutzerdaten in die strategische Planung.	Spezifische Ziele für jede Nutzergruppe; Expertise für die kontinuierliche Weiterentwicklung und Pflege der Website; regelmäßige Überprüfung und Anpassung der Ziele auf Basis von Nutzerverhalten und Feedback.	Kontinuierliche, datenbasierte Kontrolle der Zielerreichung; agile Ressourcenplanung und -optimierung, um schnell auf sich ändernde Nutzerbedürfnisse und Marktbedingungen zu reagieren; umfassende Integration von Analytics zur kontinuierlichen Optimierung.
KONZEPT	Website ist die Drehscheibe für Online-Marketingaktivitäten, aber nicht tief in die UX integriert; Content ist funktional, sind jedoch strategisch auf nicht Nutzerbedürfnisse ausgerichtet.	Die Website bildet die Customer Journey ab und stellt sicher, dass Content und Angebote den Erwartungen der Nutzergruppen entsprechen; erste Anpassungen des Contentss auf Basis von Nutzerdaten.	Agile Weiterentwicklung der Website für individualisierte und personalisierte Kundenerlebnisse; kontinuierliche Anpassung des Contents und Funktionen auf Basis von Leistungsdaten.	Einsatz von KI und maschinellem Lernen zur kontinuierlichen Anpassung der Website an die Nutzerbedürfnisse in Echtzeit; vollständige Integration der Website in die Omnichannel-Strategie; dynamische Personalisierung des Contentss.
CONTENT	Website Content auf generelle Kundenbedürfnisse ausgerichtet, ohne klare Struktur oder Anforderungen der verschiedenen Nutzergruppen; wenig bis keine dynamische Anpassung des Contents.	Content nach Interessen und Intentionen der Nutzergruppen und dem Sales Funnel strukturiert; Landing Pages für Kampagnen vorhanden; erste Optimierungen auf Basis von Nutzerdaten.	Datenbasierte Anpassung des Contents und Struktur, um kontinuierlich auf Nutzer-Feedback und -Verhalten zu reagieren; regelmäßige, datengetriebene Aktualisierung und Optimierung des Contents.	Die Optimierung des Contents in einem geschlossenen Loop; kontextbezogene Erlebnisse und Empfehlungen werden in Echtzeit generiert, um die Nutzerbindung und Konversion zu maximieren; kontinuierliche Integration neuer Content-Formate und Technologien zur Content-Erstellung.
UX (User Experience)	Pfad- und Verhaltens-Analysen; einfache Funnels zur Verbesserung der Nutzerführung; grundlegende Usability-Überlegungen berücksichtigt.	Auseinandersetzung mit der Zufriedenheit der Nutzergruppen; Modellierung und Umsetzung einer User Journey Map; erste Schritte zur Optimierung der User Experience auf Basis von Feedback.	Optimierung der User Journey durch Usability-Tests und kontinuierliche Anpassung an Nutzerbedürfnisse; regelmäßige Überprüfung der UX-Strategie auf Basis von Nutzeranalysen.	Dynamisierung der User Journey durch Integration von KI und Behavioral Analytics; vollständig personalisierte User Journey, die auf die individuellen Bedürfnisse jeder Nutzergruppe zugeschnitten ist; kontinuierliche Optimierung auf Basis von Echtzeitdaten und Predictive Analytics.
	REAKTIV	AKTIVE FÜHRUNG, INTEGRIERTE PROZESSE	FOKUS AUF ROI UND KPIS	ANALYTISCH UND PREDICTIVE